

# 我的網路閱讀經

歐洲臺灣研究協會秘書長暨文字工作者 | 蔡明燁

每提到網路閱讀，我就想起為《全國新書資訊月刊》撰寫 2010 年英國書市回顧專文時，曾經這麼寫道：「將來有一天，當我們驀然回首整個出版市場的發展歷程時，很可能將會發現 2010 年原來是非常具有革命性的一年。」而文中所指的「革命」，便是數位出版、電子書和閱讀載體的 e 化現象。

網路閱讀當然並非 2010 年伊始，但蘋果在 2010 年推出 iPad，亞馬遜網路書店在同年推出 Kindle 第三代，是讓數位化閱讀載體廣泛被社會大眾接受的重要里程碑，使 21 世紀以來一點一滴往前演進的網路科技，忽然變得像排山倒海而來的滔天巨浪，衝擊著我們傳統的閱讀習慣及全球各地的出版市場。

隨後幾年間，iPad 和 Kindle 已又不斷更新，愛用者也越來越多，網路閱讀早成了新世紀習以為常的現代化潮流之一，但追根究底，網路閱讀真正成為愛書人生活中的一部分，其實不過是這六、七年來的事而已，難怪我們隔三差五地就會看到相關的報導與評論，亟欲對網路閱讀做更深入的反省與全面性的理解。

在這篇文章裡，我想同時以電子書讀者和書市觀察員的雙重身分出發，首先由親身經驗談談網路閱讀對我的利弊得失；其次整理一下過去幾年來，網路閱讀在文化界所激發的主要論戰；最後根據出版界實際上的因應之道，總結一下我對網路閱讀的粗淺看法。

## \* 令人愛恨交織的網路閱讀

Kindle 第三代在 2010 年的問世，使我變成了網路讀者，當時我非常驚訝於 Kindle 的質感跟傳統書籍這麼相似，既可隨身攜帶，閱讀介面也彷彿「紙本」，而不像電腦螢幕，它似乎能讓我在閱讀習慣改變最小的情況下，獲得許多額外的便利，例如從前每次出門端視時間長短，往往得攜帶數本、十數本甚至數十本書，但有了 Kindle 之後，行李箱中的書本數量立馬驟減，而抵達目的地後，若臨時需要什麼新書，也可透過 Kindle 在網上購買，幾秒鐘後即可下載，這毋寧是網路閱讀的最大優勢。

後來 Kindle 和各種數位產品都不斷推陳出新，每個產品都有自己的電線和電源插頭，把個手提袋撐得又飽又重，於是不知不覺間我慢慢捨棄了 Kindle，改用 iPad，因為 Kindle 裡的書可以透過 iPad 閱讀，而 iPad 除了可以當電子書來使用之外，還能上網、看臉書、甚至打電話，多方便呀！孰料近年來我卻發覺用 iPad 看書實在很傷眼睛，也所以我終於還是又回到閱讀紙本的舊習慣了，只有出外旅行不得不時，偶爾看看電子書，倒是透過 iPad 下載免費的有聲書，聽聽歷久彌新的古典文學名著，依然樂趣無窮。

另，我和外子在 2013 年搬家到亞伯（Aberystwyth），加入了鎮上書店舉辦的讀書會，通常我們會購買指定讀物的電子版，因為這樣我們才能透過自己的 Kindle 或 iPad 同時閱讀同一本書，但有些書沒出電子檔，這時我們看書的時間自然就被減半了！因為第一個人總要快馬加鞭把書翻完之後，第二個人才能趕得及在讀書會前也把書籍閱畢。可見網路閱讀對像我們這樣的讀書會成員來說，稱得上是一大福音。

不過我也仍記得當時讀書會選了一本書，是入圍 2013 年衛報首部作品獎（The Guardian First Book Award）的小說《葬儀》（Burial Rites），故事背景設於冰島，作家透過一樁謀殺案的真實史料與當地傳說，交叉運用第三和第一人稱的敘事手法，鋪陳冰島的冷冽滄桑，並生動勾勒出面對死亡前夕，女主角靈魂深處的恐懼不安，以及在寧靜的片刻，什麼都不想要的時候，即使生存的條件再艱困，單純的活著依舊可以是那麼美好。

《葬儀》第一刷的紙本封面與質感都美極了，讓人愛不釋手，我猶豫了好久，最後雖仍狠下心選擇購買電子版，但至今猶感遺憾，也因此深深體會到網路閱讀固然有其優點，然則在靈性的追求與生命的滿足上，「實用性」和「方便性」似乎不見得是至高無上的唯一準則。

也所以我認為網路閱讀不太可能完全取代紙本書籍，新科技的研發帶來的是兩者並存的局面，電子書和紙本書彼此間的互動，將隨著時代變遷及用戶的價值取捨而互有消長，就好比電視的出現並未取代電影，但電視的崛起著實曾對電影工業造成莫大挑戰，直到電影人突破了第八藝術的創作瓶頸，開發了更多新的電影觀眾和創作生機。

與此同時，許多具有才華的影視創作者泰半重電影而輕電視，使傳統電視影集也曾一度式微，直到美國有線電視公司如 HBO 和後起之秀如 Netflix 網路頻道等不惜重金，以長篇小說的格局拍製出「黑道家族（The Sopranos）」、「白宮風雲（West Wing）」、「紙牌屋（House of Card）」、「權力遊戲（Game of Thrones）」等精緻系列，細膩刻劃每一個人物、長期經營每一個場景，徹底改變了現代觀眾的收視習慣，由過去定時守在螢光幕前、每逢廣告就亂轉台，變成以購買整套 DVD 或直接網路下載後，根據個人作息，一口氣看完數集、一整季、甚至好幾季影集的情況，將電視影集的製播與收視雙雙推進了新高峰，而此一變化也再度回頭衝擊到了電影創作，因為如果電視影集已更接近長篇小說型式的話，電影充其量只不過像短篇或中篇小說而已，難以深入，那麼電影人究竟應該如何更加靈活、充分地運用此一創作媒材，以求達到下一階段的創新呢？

### \* 網路科技帶來的文化論戰

新科技往往可分成兩大類，其一是因應需求，也就是為了解決實際生活上的問題應運而生；其二是無中生有，創造需求，但如果人們接受了一項嶄新的發明，為了將此科技納入日常生活，便很可能為此而改變了某些既有的生活模式、文化習俗、乃至社會常態。

3C 產品即屬後者。網路 2.0、虛擬社群、智慧型手機和平板電腦……等新數位科技的出現，已然使 21 世紀現代人的人際關係與社交生活都有了巨大的轉變，形形色色的部落格、網誌、相簿、Youtube 等平台打破了創作者／讀者／觀眾間的疆界，讓自我陳述、網路發表成為稀鬆平常的行為，而在這眾多的網路發表平台中，各式各樣的電子書出版軟體也是日新月異，大幅降低了出版關卡及所需資金，難怪正當網路科技大行其道之際，英國文化界也一再出現像「書籍之死？」這類的激烈論戰，或可視為文化人企圖在快速變遷的科技潮流中，尋找一種自我定位的過程，無可厚非。

根據了解，2011 年以前的德國書市原只有 4% 的網路讀者，但到 2013 年已躍升至 11%；在美國，電子書的市場佔有率在 2013 年即已高達 15%，主要原因在於電子書比傳統書籍更具有經濟效益，也因此觀察家擔心，當賣書的利潤空間不斷下降之際，出版社的選書策略也將一步步偏離文化考量，而逐漸朝商業取向靠攏。可是如果看看英國出版協會（The Publishers Association）在 2014 年所公布的數據，我們將發現平裝書迄今仍是讀者的最愛，其次是精裝版，接下去才是電子書和有聲書。當然不容否認的是，實體書籍的銷售總值每年都在下滑當中，這個趨勢短期間內恐怕已難逆轉。

比較悲觀的論述多從經濟角度出發，例如德國出版人馬爾超（Helge Malchow）認為，出版界向來習慣以暢銷書所獲得的利潤支撐較高水準的作品，但當紙本書籍銷售量的下滑到一定程度後，市場的嚴苛考驗卻將迫使出版人重新調整策略，恐將造成劣幣驅逐良幣的現象。

英國作家莫里森（Ewan Morrison）也預言，二十年後紙版書籍將不復見於市面上，同時電子書的價格會越來越低，加上日益猖獗的網路盜版、盜錄、盜印等現象，還有連鎖書商、超商和網路書店間的削價競爭等，意味著出版社可能將對作家日益苛刻，造成創作者備受經濟剝削，易言之，隨著網路閱讀、網路傳播的日漸發達，傳統出版社失去了文化堡壘的地位，而淪為文化產品的轉運站，導致音樂、影視、書籍的創作內容日見淺薄，花俏有餘而深度不足，將是未來的文化警訊。

然而若從科技整合、交叉數據以及出版界的因應策略來看的話，情況卻可能樂觀得多！

例如很多評論人將網路閱讀／電子書當成傳統出版市場的天敵，而亞馬遜網路書店便是始作俑者。可是從另一角度說，亞馬遜成功研發出不斷改良的閱讀載體 Kindle，證明社會大眾對「閱讀」的渴求，以至於有成千上萬的消費者，願意花錢購買一個專為讀書而設計的數位載具，目的只是為了下載文字，摒除音樂和電子郵件的干擾，讓自己的心靈隨著書本跳入另一個時空，這豈非亞馬遜對現代閱讀文化的重大貢獻？尤其甚者，2003 年間，全英國售出了 1 億 6 千多萬本書，但在電腦網路使用率急遽普及、數位電視、電影、網路遊戲快速崛起的情況下，2013 年的書籍銷售總量（包括各種形式的出版品在內）竟不減反增，賣出將近 2 億 3 千萬冊，更可見「閱讀」活動在一般大眾心目中，顯然仍具有重要地位，而只要愛書人一天不死，書籍——無論是

紙版書或電子書——就不可能憑空消失。

此外再看數位出版的情況，從 2012 年起，自費出版電子書已經是英國的流行趨勢，其中賣得比較好的，原則上有兩個特點：第一、書籍的售價低賤到近乎免費奉送；第二、作者懂得積極採用推廣戰術，例如首位透過亞馬遜網站賣出 100 萬冊電子書的約翰·洛克（John Locke），便不惜花大把鈔票買了數百篇評論文章，藉此建立作品的信譽。另外像專門寫靈異羅曼史的美國女作家亞曼達·哈金（Amanda Hocking），同樣把電子書的售價壓到極低，有的不到一美元，最多不到三美元，怎料連續在亞馬遜網站賣了兩年之後，她的小說竟已售出 150 萬冊，賺了 250 萬美元的天價，而可觀的銷售成績自然也打動了出版社主動上門，現在哈金的小說已有紙版在大西洋兩岸同步問世。

這也就是說，很多私房作家之所以選擇自費出版電子書，主要目的還是想吸引傳統出版社的注意，因此他們不惜賤價出售電子作品，並想方設法建立知名度、提高點閱率，因為這些數字都將被視為市場的證言，增加他們和出版社的談判籌碼。而當一本近乎免費的電子書在網路傳開以後，若被出版社以紙版的方式發行，讀者依然趨之若鶩，似乎印證了兩件事：第一、正如我稍早的親身觀察，網路閱讀不太可能完全取代紙本，新科技所帶來的應是兩者並存的局面；第二、無論數位出版再怎麼普及，讀者仍願仰賴傳統出版社的文化專業，將之視為一種創作品質的保障，也因此出版社在未來的文化版圖上，仍將扮演文化守門人的角色，不太可能被自費出版所取代，只不過自費出版電子書可能仍將蒸蒸日上，彷彿臉書、部落格、網誌、亞馬遜和 ebay 那樣遍地開花。

## \* 出版社的因應之道

很多英國的出版社曾試圖因應電子書的型式做特別規劃，例如透過網路點選功能進行搜索與連結，或者針對數位媒材的設計與使用，讓讀者可以根據不同主題與個人的興趣決定閱讀順序，或者置放插圖、照片、動畫與 3D 模型，任由讀者隨意操作……等。

在這些專門設計的電子出版品當中，有幾部在市場上反應熱烈，多屬於科普性的讀物，例如介紹太陽系、解說網路世界、或者分析心理疾病等。此外也有幾家出版社試圖發展新的數位工具，以便讓讀者和作品產生更多互動，例如了解讀者對人名及標題的喜好、幫小說的重要場景提供音效、將書中人物的特質數位化、以及設計語音信箱、手機鈴聲或者各式賀卡……等，諸如此類。

透過電子書的數位科技讓科普讀物變得更加活潑、圖文並茂、並增加搜索功能，彌補了傳統紙版書籍的不足，能夠引起讀者回響，可謂其來有自；至於標新立異式的互動功能，從我身為讀者的立場來看，其實很難想像如果小說的內容不佳，只因為有場景音樂或其他的新奇功能，就真能吸引我買下品讀嗎？因此後來這些企劃多半不了了之，或也可說是預料中事，畢竟值此



數位時代，一本書的外在型式固然重要，但更重要的部分終究是它的內涵，只不過英國出版社願意以異想天開的方式去摸索更多對新科技的因應之道，無疑是讀者之福。

最後值得一提的是，2016年初我回到臺灣的期間，有幸和大學同班同學周宇廷見面。宇廷是大興出版社的負責人，出版過很多地圖，但後來網路和數位科技興起，紙版地圖的銷路一落千丈，幸而宇廷的眼光看得很遠，早就相準了汽車衛星導航的前瞻性，以大興出版社多年所建立起來豐富的地圖資料庫，成了提供衛星導航系統所需內容的極佳人選，從而達到出版社的順利轉型，並進一步在臺灣與日本的旅遊出版市場中，建立了一席之地。

宇廷的現身說法，讓我一窺臺灣出版界對網路閱讀、數位科技另一種成功的應變模式。有道是「水能載舟，也能覆舟」，新科技可以是威脅，但也可以是助力，端看讀者、作家、出版人各自的因應策略。祝福宇廷，當然也盼國內的出版界能在這一波方興未艾的網路閱讀大潮中乘風破浪，凱旋而歸。